

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

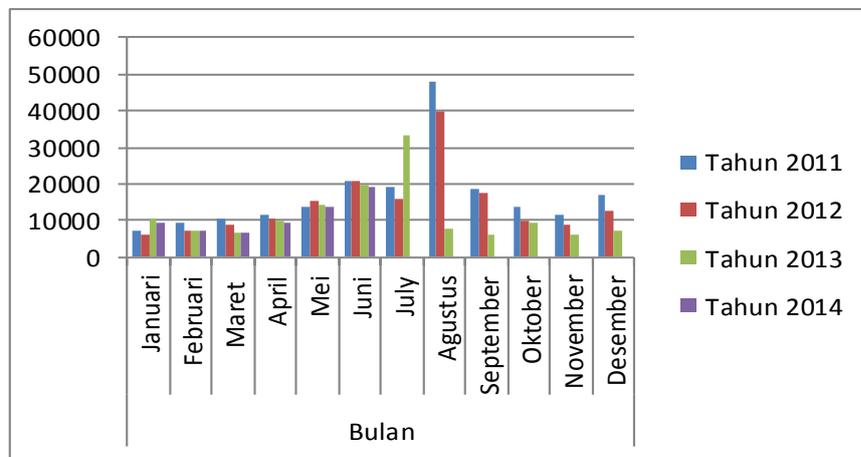
Pada masa sekarang ini, perkembangan industri yang sangat tinggi, khususnya di bidang makanan menyebabkan munculnya kondisi persaingan yang sangat ketat. Setiap perusahaan bersaing untuk mendapatkan konsumen di pasar, oleh karena itu perusahaan berlomba-lomba untuk memasarkan produknya. Dalam memenangkan persaingan banyak hal yang perlu diperhatikan, diantaranya adalah kualitas produk yang ditawarkan, harga yang dijangkau oleh konsumen dan strategi untuk mempromosikan produk tersebut. Selain itu juga perusahaan harus memiliki produk yang diunggulkan dibanding pesaingnya.

Penelitian ini dilakukan di CV. Supra Anugerah yang terletak di jalan Soekarno Hatta blk 335 Bandung, dimana perusahaan ini bergerak di bidang makanan yang berjenis wafer. Sejak tahun 2005 perusahaan ini memproduksi 3 jenis merek wafer, yaitu *Arlene*, *Calypso*, dan *MIMA*. Pada tahun 2011 terlihat bahwa CV. Supra Anugerah memiliki permasalahan yaitu, menurunnya penjualan wafer untuk merek *MIMA*. Wafer merek *MIMA* ditujukan untuk konsumen yang ingin membeli wafer dalam jumlah sedikit dan praktis. Saat ini *MIMA* menjual produknya di pasar tradisional dan grosir yang ada di kota – kota besar seperti Bandung, Tasikmalaya, Bogor, dan kota lainnya di Jawa Barat.

Dalam hasil wawancara dengan pemilik perusahaan CV. Supra Anugerah produk wafer *MIMA* di Kota Bandung mengalami penurunan penjualan yang cukup signifikan dibandingkan dengan penjualan di kota – kota lainnya. Pada tahun 2011 - 2012 terjadi penurunan sebesar 14,2% dan pada tahun 2012 – 2013 terjadi penurunan sebesar 20,2%. Berikut ini adalah data penjualan wafer *MIMA* tahun 2011, 2012, 2013, dan 2014 :

Tabel 1.1  
Data Penjualan Wafer *MIMA* Tahun 2011, Tahun 2012, Tahun 2013, dan Tahun 2014 di Kota Bandung

Penjualan Wafer MIMA (dalam satuan bungkus)	Bulan												Total	Presentase Penurunan Penjualan
	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	July	Agustus	September	Oktober	November	Desember		
Tahun 2011	7050	9675	10620	11715	14010	21030	19377	47880	18735	13950	11637	16800	202479	14.2
Tahun 2012	6045	7008	8865	10686	15417	20550	16183	40071	17642	9900	8646	12729	173742	
Tahun 2013	10680	7203	6906	9708	14082	19518	33267	7920	6090	9615	6408	7215	138612	20.2
Tahun 2014	9278	7314	6521	9476	13878	18966								



Gambar 1.1  
Grafik Penjualan Wafer *MIMA* Tahun 2011, Tahun 2012, Tahun 2013, dan Tahun 2014 di kota Bandung

Apabila permasalahan ini tidak segera ditanggulangi, maka perusahaan dapat mengakibatkan kerugian yang cukup besar dan mengalami penurunan lebih dari 20%.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah yang ada diperusahaan saat ini, kemungkinan penyebab masalah yaitu :

1. Munculnya produk-produk alternatif selain wafer yang menyebabkan menurunnya penjualan. Misalnya : cake, roti, dan produk lainnya
2. Adanya ketidakpuasan konsumen terhadap produk *MIMA*.
3. Strategi pemasaran belum tepat.
4. Keunggulan dan kelemahan produk wafer *MIMA* yang belum diketahui dan belum dapat bersaing dengan pesaingnya. Misalnya : merek Aladin, UBM, dan Biski Top.
5. *Segmentation, Targeting, dan Positioning* perusahaan belum tepat.
6. Daya beli konsumen menurun, karena konsumen lebih memilih ke makanan pokok.

Oleh sebab itu penulis melakukan penelitian di CV. Supra Anugerah untuk menyelesaikan masalah yang terjadi saat ini.

## 1.3 Pembatasan Masalah

Agar masalah yang dianalisis penulis lebih fokus dan tidak terlalu luas, maka penulis menetapkan batasan masalah yaitu :

1. Tidak mengamati daya beli konsumen.
2. Tidak membahas penjualan yang berada di luar Kota Bandung.

## 1.4 Perumusan Masalah

Berikut adalah perumusan masalah yang akan dibahas oleh penulis setelah mengidentifikasi dan membatasi masalah, yaitu:

1. Siapa yang menjadi pesaing utama perusahaan untuk produk wafer *MIMA*?
2. Faktor - faktor apa saja yang dipentingkan konsumen untuk membeli produk wafer yang ditawarkan oleh perusahaan?
3. Bagaimana *Positioning* produk wafer *MIMA* saat ini dan usulan?

4. Apa keunggulan dan kelemahan dari produk wafer *MIMA* dibandingkan dengan produk pesaing?
5. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap wafer *MIMA*?
6. Bagaimana strategi pemasaran yang sebaiknya diterapkan oleh perusahaan saat ini untuk menghadapi para pesaingnya?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui siapa yang menjadi pesaing utama perusahaan untuk produk wafer *MIMA*.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang dipentingkan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan.
3. Mengetahui *Positioning* produk wafer *MIMA* saat ini dan memberikan usulan baru untuk perusahaan.
4. Mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan dari produk wafer *MIMA* dibandingkan dengan produk pesaing.
5. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap wafer *MIMA*.
6. Memberikan usulan strategi pemasaran yang sebaiknya diterapkan oleh perusahaan saat ini untuk menghadapi para pesaingnya.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam laporan Tugas Akhir ini dibagi menjadi 6 bab, yakni :

#### Bab 1 Pendahuluan

Pada bab 1 ini berisi Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian dan Sistematika Penulisan.

#### Bab 2 Tinjauan Pustaka

Pada bab 2 ini berisi teori mengenai metode pengumpulan, pengolahan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian.

#### Bab 3 Metodologi Penelitian

Pada bab 3 ini, berisi mengenai langkah-langkah yang dilakukan peneliti dalam menyusun laporan dari awal sampai akhir. Selain itu berisi langkah-langkah dari metode yang akan digunakan.

**Bab 4 Pengumpulan Data**

Pada bab 4 berisi pengumpulan data yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian.

**Bab 5 Pengolahan dan Analisa Hasil Pengolahan Data**

Pada bab 5 ini berisi pengolahan terhadap data yang diperoleh dalam penelitian. Selain itu pada bab ini juga berisi analisa terhadap hasil pengolahan data.

**Bab 6 Kesimpulan dan Saran**

Pada bab 6 ini berisi kesimpulan dari apa yang telah diteliti yang menjawab perumusan masalah dan saran untuk penelitian lebih lanjut.